

# ZURICH ITALIA, CRESCERE CON GLI AGENTI

di GIACOMO CORVI

LA COMPAGNIA È TORNATA A INCONTRARE LA RETE DISTRIBUTIVA AD ARTIMINO. AL CENTRO DELL'EVENTO, COME ILLUSTRÀ MICHELE COLIO, ANCHE LA STRATEGIA CHE GUIDERÀ LA SOCIETÀ NEL PROSSIMO FUTURO: SI PUNTA SULLA PIENA VALORIZZAZIONE DEGLI INTERMEDIARI, CON NUOVI PRODOTTI, STRUMENTI DIGITALI E SINERGIE CON ZURICH BANK

Di nuovo ad Artimino, sulle colline toscane che dominano la piana di Firenze, Prato e Pistoia, per incontrare la rete distributiva e premiare i 30 agenti che hanno messo a bilancio le performance migliori del 2023. **Zurich Italia** e il suo network di intermediari hanno rinnovato quello che era ormai diventato un appuntamento fisso e atteso da tutti. Era dal 2019, infatti, che non si teneva questo evento.

“Abbiamo voluto rinnovare questa occasione di convivialità e confronto che non eravamo più riusciti a organizzare a seguito della pandemia”, esordisce in questa intervista **Michele Colio**, head of distribution marketing & customers di Zurich Italia, presente all'evento insieme al country ceo **Bruno Scaroni**.

Di scena lo scorso 13 e 14 giugno presso la villa medicea cinquecentesca *La Ferdinanda*, l'incontro ha fornito al top management della compagnia anche l'occasione per condividere con la rete distributiva le linee strategiche che guideranno la società nel prossimo futuro. “Sono tre i messaggi che abbiamo voluto trasmettere ai nostri agenti: far tesoro dell'esperienza accumulata per costruire insieme il nostro futuro, valorizzare le nostre due reti proprietarie (oltre agli agenti di Zurich Italia, anche i consulenti finanziari di **Zurich Bank**, ndr) e infine rilanciare il business vita con nuove soluzioni nell'ambito degli investimenti, della previdenza e della protezione”, illustra Colio.

## UNA SCELTA DI CONTINUITÀ

L'evento si è svolto a pochi giorni di distanza dal congresso che ha confermato **Enrico Olivieri** alla guida del **Gruppo Agenti Zurich** (vedi box a pag. 25). “Abbiamo apprezzato molto la linea di continuità scelta dagli agenti della nostra rappresentanza aziendale”, afferma Colio.



**Michele Colio**, head of distribution marketing & customers di Zurich Italia

“Olivieri e tutto il suo comitato esecutivo – prosegue – hanno dimostrato una notevole visione, in linea con quella della compagnia, e la capacità di cogliere le opportunità emerse nel percorso di crescita della rete, dando inoltre un contributo fondamentale alla realizzazione di tutte le iniziative che negli ultimi anni abbiamo predisposto a supporto dei nostri intermediari: dalle misure di sostegno durante l'emergenza sanitaria per il Covid-19 alla sottoscrizione dell'accordo dati e, più di recente, alla firma del nuovo accordo integrativo”.

## OMNISCANALITÀ PER GLI INTERMEDIARI

Sono tanti i temi emersi all'incontro di Artimino, così come anche al congresso della rappresentanza. Su tutti spicca forse il ruolo che le nuove tecnologie potranno ricoprire nella strategia distributiva della compagnia. "L'innovazione deve essere posta al servizio, e non in antitesi, delle nostre reti distributive", dice Colio. Ed è in quest'ottica che va letta la decisione di Zurich Italia di non sviluppare ulteriormente il proprio canale diretto. "Continueremo a investire sulla tecnologia e sulla strategia omnicanale che abbiamo predisposto, perché crediamo che il cliente debba essere libero di scegliere il punto di accesso al mondo Zurich per lui più congeniale, avendo ben presente la rilevanza di app e altri tool digitali", chiarisce il manager. "Quello che accade dopo questo primo contatto – prosegue – è però di gran lunga più importante, e noi abbiamo deciso che le attività di servizio e di collocamento del prodotto saranno riservate ai nostri agenti e consulenti finanziari". Quello che era il canale diretto di Zurich Italia continuerà dunque a esistere, ma in un'ottica diversa, a supporto della rete distributiva all'interno di una più ampia strategia omnicanale.

## TECNOLOGIA, PROSSIMITÀ È ZURICH BANK

La tecnologia a servizio della rete costituisce dunque uno dei pilastri della strategia distributiva di Zurich Italia. "Entro la fine del 2024 trasferiremo tutti i nostri prodotti danni sulla nostra nuova piattaforma digitale *Zurich Universe*, cosa che ci consentirà di fare un salto di qualità nell'interazione con gli agenti, così come nella digitalizzazione della relazione con la clientela: già oggi più del 60% dei contratti sono sottoscritti con firma digi-



Michele Colio e Bruno Scaroni

## GAZ, ULIVIERI ANCORA PRESIDENTE

Enrico Olivieri resta presidente del Gruppo Agenti Zurich (Gaz). La conferma è arrivata in occasione del congresso che si è svolto all'inizio di giugno presso il *Chia Laguna Resort*, in Sardegna. Per Olivieri si tratta del settimo mandato alla guida del Gaz. Il nuovo comitato esecutivo è composto da **Fabio Vetrugno**, **Bruno Corda**, **Paola Brugo Magistri** e **Marco Manfredini**, oltre ai delegati territoriali **Alessandro Giovane Laera**, **Alessandra Bertasi**, **Giuseppe Trombetti** e **Luigi Masucci**.

tale, il nostro obiettivo – illustra il manager – è quello di superare la soglia dell'80% nell'arco di un paio di anni". La compagnia punta poi fortissimo sulla capillarità della rete su tutto il territorio nazionale, in particolare nelle piccole e medie città, e sulle sinergie che potranno essere attivate con Zurich Bank. Sono tante le aspettative che la compagnia ripone in quest'ultimo ambito. "Sono già stati attivati più di 100 accordi di collaborazione, con soddisfazione reciproca di entrambe le nostre reti", spiega Colio. "Credo – aggiunge – che possiamo essere molto più efficaci nella relazione con il cliente se possiamo presentarci con un pacchetto completo, che include assicurazioni, conti bancari e soluzioni di investimento".

## UN INIZIO MOLTO PROMETTENTE

Colio si dice convinto dell'efficacia della strategia. E le performance messe a bilancio in questi primi mesi del 2024 sembrano dargli pienamente ragione. "Penso che siano i risultati migliori della storia recente di Zurich Italia, non posso che essere soddisfatto", commenta. Nel dettaglio, la rete distributiva della compagnia ha messo a segno una crescita di circa il 14% nella raccolta del ramo danni e raggiunto per la prima volta una quota di mercato superiore al 4%. "Si tratta di una crescita sana e sostenibile, pienamente in linea con i target di sostenibilità tecnica che abbiamo stabilito", dice Colio. Anche il ramo vita, caratterizzato in questi mesi dal lancio di numerosi prodotti e linee di investimento, sembra andare particolarmente bene. "Il semestre si chiuderà molto bene, ben al di sopra del target che avevamo fissato", afferma nelle battute finali il manager. "Siamo in linea anche con l'obiettivo di 80mila nuovi clienti per l'intero 2024: ci sono tutti i presupposti – conclude – per raggiungere i target che abbiamo stabilito".